

2025-2031年中国宠物食品 行业发展趋势与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2025-2031年中国宠物食品行业发展趋势与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202509/492029.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

我国宠物食品行业发展迅速，自2024年至2024年间，年均增长率达23.20%。至2024年末，我国规模以上宠物食品企业年产值规模为289.35亿元预计未来该产值规模仍将以较快速度增长。在国际市场上，与玛氏、雀巢、皇家等知名宠物食品厂商相比，中国宠物食品企业的品牌知名度和市场认可度均较低，大部分企业还只能以代工形式进入国际市场，销售规模和渠道容易受制于人，抗风险能力较弱，在与国际同行业企业竞争中处于不利地位。

经过近十几年的不断发展，我国宠物食品行业陆续涌现出了一批像中宠股份、路斯股份、佩蒂股份、乖宝集团等具备一定竞争实力和知名度的生产企业，为拓展自身的盈利增长空间，这些企业开始注重自身品牌效应的建立和国际客户资源的积累。

目前，中国宠物食品行业研发的主要方向是产品多元化，与发达国家相比，我国宠物食品加工企业的优势是产品品种多、可供选择性强；劣势是基础研究薄弱，对核心工艺和产品的营养平衡等方面把握不足。

近年来，为满足国内外客户的质量要求、扩大市场份额，中国较大规模的宠物食品企业纷纷进口国外先进的生产加工设备，以此提升加工效率和产品质量，但对一些新技术的应用，我国行业内企业尚存在欠缺。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国宠物食品行业发展趋势与投资前景分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章宠物食品相关概述

第一节宠物的概念阐释

一、宠物的定义

二、主要宠物种类的介绍

第二节宠物食品的种类及营养成分

一、宠物食品的一般分类

二、宠物食品的其他分类

三、合乎特殊需求的宠物食品

四、宠物食品的营养成分

第三节宠物饲料的介绍

一、宠物饲料的种类

二、宠物狗的饲料

三、观赏鱼的饲料

第二章2024年中国宠物食品行业的发展环境分析

第一节2024年中国宏观经济环境分析

第二节宠物市场及宠物用品业发展

一、中国宠物市场的发展现状

二、中国宠物用品市场发展现状

三、中国宠物用品市场发展特点

四、中国另类宠物用品市场蕴藏商机

第三节宠物食品行业发展背景

第三章国外宠物食品的发展

第一节世界宠物食品的发展概况

一、世界宠物食品行业的发展兴起

二、世界宠物及宠物食品发展现状

三、拉美和东欧宠物食品市场蓬勃兴起

四、亚洲宠物食品市场正在高速发展

第二节美国

一、美国宠物食品市场的发展概况

二、美国宠物食品的发展动态

三、功能性美国宠物食品受全球消费者喜爱

四、美国高品质宠物食品在法国备受青睐

第三节其他国家

一、年欧盟实施新的进口宠物食品相关法规

二、日本拟定宠物食品安全相关条例草案

三、加拿大宠物食品行业发展概况

四、奥地利和瑞士宠物食品发展概况

第四章中国宠物食品市场的发展

第一节中国宠物食品行业概述

一、中国宠物食品市场概况

二、中国宠物食品企业逐渐发展壮大

三、中国宠物食品市场经济型品牌占主导地位

四、中国宠物食品行业发展的机遇与挑战

第二节中国宠物食品市场竞争状况

一、中国宠物食品市场竞争格局

二、中国宠物食品市场竞争日益激烈

三、世界顶级宠物企业抢滩中国宠物食品市场

四、世界宠物食品知名企业在中国具有优势

第三节中国宠物食品市场存在的问题

一、中国宠物饲料市场开发的问题

二、中国宠物食品市场混乱

三、中国宠物饲料良莠不齐

第四节中国宠物食品市场的发展策略分析

一、加强对宠物营养和宠物食品添加剂的研究

二、中国应加强国外宠物食品进口的监管

三、中国出口宠物食品的策略浅析

四、中国宠物饲料开发德国市场的策略

第五章宠物食品区域发展及营销概况

第一节部分区域宠物食品行业的发展

第二节中国宠物食品的销售渠道分析

一、专业渠道

二、农贸渠道

三、商超渠道

四、网络渠道

第三节宠物食品营销策略解析

一、营销特色

二、产品定位

三、产品销售渠道

第六章2020-2024年宠物食品行业重点企业分析

第一节中英合资成都好主人宠物食品有限公司

一、企业介绍

二、企业经营业绩分析

三、企业市场份额

四、企业未来发展策略

第二节中挪合资上海诺瑞宠物用品有限公司

- 一、企业介绍
- 二、企业经营业绩分析
- 三、企业市场份额
- 四、企业未来发展策略

第三节安徽滁州百诺宠物食品有限公司

- 一、企业介绍
- 二、企业经营业绩分析
- 三、企业市场份额
- 四、企业未来发展策略

第四节深圳市为斯宝宠物食品有限公司

- 一、企业介绍
- 二、企业经营业绩分析
- 三、企业市场份额
- 四、企业未来发展策略

第五节上海雪米宠物食品有限公司

- 一、企业介绍
- 二、企业经营业绩分析
- 三、企业市场份额
- 四、企业未来发展策略

第七章2025-2031年中国宠物食品市场的前景趋势分析

第一节2025-2031年世界宠物食品的发展展望

第二节2025-2031年中国宠物食品的发展前景及趋势

第八章2025-2031年中国宠物食品行业投资战略分析

第一节2025-2031年中国宠物食品行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节2025-2031年对中国宠物食品行业品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、宠物食品行业实施品牌战略的意义

三、宠物食品行业企业品牌的现状分析

四、宠物食品行业企业的品牌战略

五、宠物食品行业品牌战略管理的策略

第三节2025-2031年中国宠物食品行业投资战略研究

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202509/492029.html>